

Licznik wyświetleń

afikcja 2026[The English text will be on page 19]

Mit zasięgów

Współczesny Internet, zdominowany przez media społecznościowe i platformy wideo, stworzył nową religię: kult liczby. Wyświetlenia, lajki, subskrypcje, udostępnienia – to stało się uniwersalną miarą wartości. Kto ma ich więcej, jest "lepszy", "ważniejszy", "bardziej wartościowy". Kto ma ich mniej – "gorszy", "nieudacznik", ktoś, kogo praca nie ma sensu.

To jest mit.

Liczba nie mierzy wartości. Mierzy tylko jedną rzecz: skalę widoczności w systemie zaprojektowanym do generowania kliknięć. System ten nie nagradza prawdy, autentyczności ani dobra społecznego. Nagradza to, co zatrzymuje uwagę – sensację, hejt, kłamstwo, kryptoreklamę. Im bardziej treść jest kontrowersyjna, im bardziej szokuje, im bardziej wzbudza emocje [najczęściej negatywne], tym więcej ma wyświetleń. I tym bardziej system ją promuje. Do tego dochodzą kupowanie i ustawianie zasięgów przez wielkie firmy, które pociągają za sznurki tego szwindlu. Platformy mają bardzo różne sposoby liczenia, przez co pewne wyniki [na przykład na You Tube] mogą być sztucznie zawyżane [bo to buduje pozycję u reklamodawców].

Dlaczego w ogóle powstał kult zasięgów?

Zanim system zaczął mierzyć ludzi wyświetleniami, istniały inne miary. W tradycyjnych społeczeństwach wartość człowieka mierzono jego czynem – czy pomagał sąsiadowi, czy był uczciwy, czy można było na nim polegać. Matka wychowująca dziecko nie miała "lajków", ale jej wpływ na przyszłość społeczności był oczywisty. Rzemieślnik, który dobrze wykonał swoje dzieło, nie zbierał subskrypcji, ale cieszył się uznaniem w swoim środowisku. To były miary jakościowe, oparte na relacjach i bezpośrednim doświadczeniu.

Internet, a szczególnie media społecznościowe, zmieniły tę logikę. Zamiast pytać "co ten człowiek robi dobrego?", system zaczął pytać "ile osób go ogląda?". Zamiast "czy jego praca jest wartościowa?" – "ile ma wyświetleń?". Zamiast "jaki wpływ ma na swoją społeczność?" – "jaki ma zasięg?". To jest fundamentalne przestawienie akcentów.

Wartość, która kiedyś była związana z treścią i jakością, została zastąpiona przez ilość i widoczność.

Konsekwencje tego przewartościowania są druzgocące. W systemie, który premiuje wyłącznie liczby, osoby autentyczne, pracowite, sumienne - a często nie mające w sobie "ekshibicjonizmu" potrzebnego do bycia gwiazdą - zostają zepchnięte na margines. Ich praca nie jest widoczna. Oni sami nie są widoczni. System ich nie nagradza. Wręcz przeciwnie - sugeruje im, że skoro nie mają zasięgów, to ich działanie nie ma sensu. To jest przemoc symboliczna wykonywana za pomocą licznika.

Czy obowiązkiem każdej istoty jest mieć wpływ?

Przypomina się stary tekst zespołu Deadlock:

„Twoja ambicja zabija ciebie. Ambicja to twój bóg. Ja nie gram, ja nie przegram, bo nie mam żadnej ambicji. Ambicja to twoja szalona religia.”

To nie jest zwykły tekst piosenki. To jest diagnoza. Ambicja rozumiana jako chorobliwe pragnienie posiadania wpływu, bycia widocznym, ważnym, podziwianym - rzeczywiście zabija. Zabija autentyczność. Zabija spokój. Zabija relacje. Zabija zdrowie psychiczne. A w świecie mediów społecznościowych i pogoni za zasięgami stała się normą. System nie tylko ją promuje - system jej wymaga.

Megalomania jako norma kulturowa

Chęć posiadania wpływu, zwłaszcza na skalę masową - na wszystkich ludzi, na cały świat - to klasyczny objaw megalomanii. W psychiatrii to zaburzenie osobowości. W mediach społecznościowych to codzienność. „Chcę mieć milion subskrybentów. Chcę, żeby moi followersi umierali z zachwyty nad moją wielkością. Chcę, żeby to moje zdjęcie, mój filmik, mój post był najpopularniejszy. Ja, ja, ja - i tylko ja. Reszta może wypaść.”

To nie jest zdrowa ambicja. To choroba. System ją jednak nagradza. Im bardziej jesteś chorobliwie skoncentrowany na sobie, im bardziej bezwzględny, im bardziej pozbawiony empatii - tym większe masz szanse na 'sukces' [w rozumieniu zasięgów, pieniędzy, statusu]. Psychopaci i narcyzi dominują w mediach społecznościowych. Nie dlatego, że są lepsi. Dlatego, że system jest dla nich stworzony.

Osoby chore na ambicję często wyrządzają więcej szkody niż pożytku. Pchają się tam, gdzie nie są potrzebne. Udzielają rad, o które nikt nie prosi. Realizują własne wizje, nie oglądając się na innych. Wierzą, że ich misja jest ważniejsza niż los tych, po których depczą. To są właśnie "niedźwiedzie przysługi": chcą pomóc, ale efekt jest

odwrotny do zamierzonego. Często nawet nie zauważają, że komuś szkodzą – bo są zbyt skupieni na sobie.

Im bardziej ktoś pcha się na siłę do pierwszej linii, tym więcej chaosu i zamieszania wprowadza. Nie każda rola jest dla każdego. Nie każdy może być przywódcą, mówcą, twarzą projektu. I nie ma w tym nic złego. Wręcz przeciwnie – znanie swoich ograniczeń to oznaka dojrzałości. To, że ktoś nie chce być frontmenem, nie znaczy, że jest gorszy. Znaczy, że jest mądrzejszy – bo nie marnuje energii na coś, do czego nie został stworzony.

Skromność jest cnotą – i to nie jest pusty frazes

W świecie, który każe ci wierzyć, że musisz być widoczny, że musisz mieć wpływ, że musisz gonić za lajkami i wyświetleniami – skromność staje się aktem oporu. Nie chodzi o udawanie, że jesteś gorszy, niż jesteś. Chodzi o to, by nie wierzyć w kłamstwo, że twoja wartość zależy od liczby obserwujących cię ludzi.

Skromność to nie brak ambicji. To ambicja skierowana we właściwe miejsce: na rozwój własnych umiejętności, na pomoc innym, na tworzenie wartościowych rzeczy – nie na bycie widocznym. To umiejętność cieszenia się z tego, co się robi, bez potrzeby oklasków. Twoja praca może być wartościowa, nawet jeśli nikt o niej nie wie. Twoja pomoc może być skuteczna, nawet jeśli nie ma lajków.

Znanie swojej roli to oznaka mądrości, nie słabości.

System każe ci wierzyć, że powinieneś być frontmenem. Że powinieneś stać przed kamerą. Że powinieneś mieć własny kanał, własne zasięgi, własnych followersów. To kłamstwo. Nie każdy nadaje się do tej roli – i nie musi. System wmówił ci, że każda istota – każdy człowiek – ma obowiązek dążyć do wpływu. Że jeśli nie masz wpływu, jesteś nikim. To kłamstwo.

Nie ma obowiązku być wpływowym. Nie ma obowiązku być widocznym. Nie ma obowiązku gonić za lajkami i wyświetleniami. Jedyne, co masz obowiązek robić, to być sobą – i robić to, do czego jesteś stworzony ze swoimi cechami i predyspozycjami. Nic więcej do szczęścia nie potrzeba.

To, co naprawdę daje szczęście, to nie wpływ, nie popularność, nie zasięgi. To wgląd w samego siebie. Zrozumienie, kim jesteś, co potrafisz, czego chcesz – i czego nie chcesz. To umiejętność odróżnienia tego, co naprawdę ważne, od tego, co system wmówił ci, że jest ważne. I poznanie Absolutu – które nie wymaga, by ktokolwiek cię podziwiał – jest dostępne dla każdego.

System nagradza ilość, nie jakość.

Im więcej, tym lepiej – dla platform, bo więcej kliknięć. Dla twórców patologicznych – bo więcej szans na wyłowienie naiwnych. Dla sztuki – katastrofa. Miliony utworów rocznie, miliony wokalistów, miliony filmików. Tylko garstka ma cokolwiek wartościowego. Reszta to szum, który zagłusza sygnał.

To nie jest "różnorodność". To jest zasłona dymna. Gdy masz milion kanałów, znalezienie stu wartościowych przypomina szukanie igły w stogu siana. A system nie pomaga – wręcz utrudnia, bo promuje patologię, sensację, hejt, kłamstwo i ukrywa artystów. Wartościowa treść – cicha, spokojna, wymagająca skupienia – ginie w tym zalewie. Nie ma lajków, nie ma wyświetleń, nie ma zasięgów, więc algorytm jej nie podnosi. Musisz sam ją znaleźć. Jeśli w ogóle masz siłę szukać.

Przekonanie, że "każdy może być gwiazdą", że "każdy powinien mieć wpływ", że "każdy ma coś do powiedzenia" – jest druzgocące dla kultury. Nie chodzi o to, że nie można próbować. Problem leży gdzie indziej: system stworzył iluzję, w której każdy myśli, że ma predyspozycje akurat do bycia gwiazdą na przykład wokalistą. Nie do bycia dobrym kucharzem, nie do bycia sumiennym strażakiem, nie do bycia fachowym murarzem. Tylko do bycia wokalistą. Do bycia widocznym.

Ta iluzja ma drugie dno: bycie wokalistą jest rzekomo lepsze od bycia strażakiem, kucharzem czy murarzem. Strażak ratuje ludzkie życie. Kucharz codziennie przygotowuje posiłki dla innych. Murarz buduje domy, w których mieszkają setki osób. To są zawody o realnym, namacalnym wpływie na rzeczywistość. W systemie zasięgów są jednak niewidoczne. Nie generują kliknięć. Nie dają lajków. Nie przynoszą followersów. Więc wydają się gorsze i godne pogardy. A tylko wokalista czy inny nadęty 'gwiazdor' może mieć wartość. To jest chore przewartościowanie.

A w rzeczywistości? Jest może 99 % ludzi, którzy wierzą, że mogą być wokalistami, ale nie mają do tego predyspozycji. Nie mają talentu. Nie mają wiedzy. Nie mają warsztatu. Nie mają oryginalności. Są epigonami, naśladowcami, kalkami. Powielają to, co ktoś przed nimi już zrobił – i zrobił lepiej. Nie wnoszą nic nowego. Nic wartościowego.

Oni jednak nie wiedzą, że są kalkami. System wmówił im, że każdy może zostać kosmonautą, alpinistą, skoczkiem, biegaczem czy wokalistą.

Więc produkują.

Wrzucają do sieci miliony utworów. Miliony filmików. Miliony postów.

To nie jest twórczość.

To jest produkcja szumu.

A sygnał – czyli ci, którzy naprawdę mają coś do powiedzenia – giną w tym chaosie. Nie dlatego, że są gorsi. Wręcz przeciwnie – są lepsi: mają talent, wiedzę, warsztat,

oryginalność. Ale system nie jest w stanie ich wyłowić. Nie ma narzędzi do odróżnienia sygnału od szumu. Bo jego celem nie jest promowanie wartości. Jego celem jest generowanie kliknięć. System jest tak skonstruowany, że sygnał ginie. To nie przypadek. To cecha.

Kłamstwo rujnuje ludziom życia. Gonią za czymś, czego nigdy nie osiągną. Tracą czas, pieniądze, zdrowie psychiczne. Mijają się z tym, do czego mają prawdziwe predyspozycje. A system zaciera ręce – bo im więcej ludzi wierzy w "bycie gwiazdą", tym więcej treści generują za darmo. I tym więcej zysków platform. Najwięcej zarabia się na głupocie ludzkiej i dlatego jest ona wzmacniana.

System, który każdemu każe gonić za tym samym celem, jest nieludzki. Jest skonstruowany tak, że 99% ludzi i tak go nie osiągnie – ale będzie się męczyć, frustrować, porównywać i czuć gorszym. Powstał więc system wbijania w kompleksy każdego z nas, poza garstką 'wybrańców', których system niszczy jeszcze bardziej ciężarem pajacowania pod algorytmy.

W efekcie mamy kulturę pozoru. Milion kanałów, milion utworów, milion wokalistów. Tysiące godzin treści dziennie. A do wyboru – prawie nic. Bo to, co wartościowe, jest ukryte, niepromowane, nieklikalne. I wymaga wysiłku, by je znaleźć. Większość ludzi nie ma na to siły. Wybiera więc to, co podsuwa algorytm: patologię, sensację, hejt, pustą rozrywkę. I tak koło się zamyka. System wygrywa. Sztuka przegrywa.

Najgorszymi pozorantami są magistry po akademiach muzycznych.

To nie przypadek, że to właśnie oni – nie amatorzy z łazienki, nie przypadkowi youtuberzy – są najgroźniejsi dla kultury. Amatora łatwo zdemaskować. Brak mu warsztatu, wiedzy, obycia. Jego brak autentyczności widać gołym okiem. Magister po akademii ma natomiast wszystkie pozory: dyplom, tytuł, lata studiów, często znajomości w branży. Wygląda jak artysta. Mówi jak artysta. Zachowuje się jak artysta. Różnica jest tylko jedna: nie ma talentu. Nie ma oryginalności. Nie ma nic do powiedzenia.

Papier z uczelni daje mu społeczne przyzwolenie na udawanie. Społeczeństwo jest nauczone szanować dyplomy. Magister po akademii muzycznej automatycznie kojarzy się z kimś, kto "wie, co robi". To daje mu ogromną przewagę nad faktycznym artystą, który nie ma papierka, ale może mieć talent. System woli magistra z papierkiem niż geniusza bez papierka. Bo magistra łatwiej kontrolować. Bo magister nie będzie kwestionował kanonu. Bo magister będzie odtwarzał, nie tworzył.

Lata spędzone na akademii to nie tylko czas nauki – to czas trenowania roli. Ktoś, kto przez pięć lat udaje, że jest artystą, w końcu opanowuje tę rolę do perfekcji. Wie, jak mówić. Wie, jak się zachować. Wie, jakich słów używać. Wie, jak tworzyć pozory. Wie, jak unikać sytuacji, w których jego brak autentyczności mógłby wyjść na jaw.

Efekt jest taki, że rynek zalewają absolwenci akademii, którzy nie mają żadnego talentu, ale mają za to doskonałą umiejętność udawania. Są to często osobowości narcystyczne, przekonane o własnej wielkości – bo przez lata słyszeli, że są wyjątkowi. Ich pewność siebie jest odwrotnie proporcjonalna do rzeczywistych umiejętności.

Prawdziwy artysta często nie ma papierka. Często nie ukończył akademii. Często nie wpisuje się w kanon. Często jest skromny i niepewny swojej wartości. W systemie, który nagradza pozory, nie ma szans. Magister z papierkiem – który doskonale opanował rolę artysty – zajmuje jego miejsce. Produkuje szum. Zajmuje przestrzeń. Zabiera granty, stypendia, etaty, kontrakty.

System akademicki nie produkuje artystów. Produkuje pozorantów. I każdy kolejny rocznik magistrów jest tego dowodem.

Magister najczęściej zrobił sobie papierka by zdobyć przewagę na rynku pracy, czyli jest kukiełką pajacującą dla pieniędzy. A to znaczy, że system łatwo może go kupić, tym bardziej że zainwestował w szkołkę i ma deficyt ekonomiczny. I tu koło się zamyka, geniuszy którzy nie mieli czasu i ochoty na oszustwo szkolne, wyklucza się, a magistrów promuje. Ale jest to na szczęście nieskuteczne i tu system przegrywa. Pokazuje to ostatnie 100 lat i przebicie monopolu szkolkowego i Internet musi ten stan już respektować. Czyli promować magistrów i przepuszczać nie magistrów, którzy mają talent i tych którzy go nie mają i podobnie jak magistrzy tworzą szum i zastaną dymną dla faktycznych artystów.

Nie można dać się zwariować. Ambicja rozumiana jako chorobliwe pragnienie wpływu – zabija. Zabija autentyczność. Zabija spokój. Zabija zdrowie.

Gdzie w tym miejscu jest matka?

Matka, która rezygnuje z kariery zawodowej, by zająć się dzieckiem – nie ma wyświetleń. Nie ma lajków. Nie ma subskrypcji. Jej wpływ na świat nie jest widoczny w żadnym liczniku. A jednak: jakość jej opieki, jej cierpliwość, jej mądrość, jej obecność – przekładają się na to, czy jej dziecko wyrośnie na człowieka dobrego, empatycznego, zdolnego do współpracy czy na psychopatę. Jej wpływ jest ogromny. Być może większy niż wpływ celebryty z milionami followersów który dostarcza chwilowej rozrywki wątpliwej wartości. System nie widzi wartościowych jednostek. System ich nie nagradza. System ich nie docenia.

I to jest patologia. Nie to, że matka nie ma zasięgów. To, że system uważa ją za "gorszą" właśnie dlatego, że tych zasięgów nie ma. To jest dowód na to, że cała ta logika jest wypaczona.

Dlaczego system nagradza psychopatów?

W systemie zbudowanym na klikalności, na kontrowersji, na emocjach – osoby pozbawione empatii, sumienia i zahamowań mają przewagę. Kłamstwo jest dla nich narzędziem, nie problemem. Hejt – strategią, nie przeszkodą. Kryptoreklama – sposobem na zarobek, nie oszustwem. Mogą mówić cokolwiek, byle przyciągnąć uwagę. Nie obchodzi ich, że kogoś krzywdzą. Nie obchodzi ich, że sieją dezinformację. Liczy się tylko liczba – wyświetlenia, subskrypcje, pieniądze z reklam, wpływy ze sprzedaży.

System społeczny [prawa, regulacje, normy] jest na to nieprzygotowany. Przez lata zakładano, że ludzie są w zasadzie uczciwi, a kłamstwo i oszustwo są wyjątkiem. Media społecznościowe odwróciły tę proporcję. Dziś to uczciwość jest często wyjątkiem, a patologia – normą. I dopóki system nie zmieni kryteriów oceny [przestanie nagradzać klikalność, a zacznie doceniać społeczną użyteczność], dopóty osoby autentyczne będą marginalizowane, a psychopaci – wynagradzani.

Wartością nie jest "bycie widocznym". Wartością jest czynienie dobra – niezależnie od tego, czy robi się to przed kamerą dla milionów, czy w ciszy swojego domu, mając wpływ na jedną osobę. Jak matka sumiennie doglądająca swe dziecko, młoda dziewczyna dokarmiająca zimną sarną w lesie, czy lokalny społecznik pomagający staruszce robić zakupy.

Lepszy mały, dobry wpływ niż wielki, zły. Mały potok może stać się Nilem – jeśli jego woda jest czysta. Wielka rzeka, która jest zatruta, użyźnia tylko pustynię. Nie potrzebujesz 300 tysięcy wyświetleń, by twoje życie miało sens. Wystarczy, że masz wpływ na swoją społeczność [lokalną, wirtualną, rodzinną]. Pszczółka zapylająca kilka kwiatów nie musi zapylać całego sadu, by jej istnienie było wartościowe.

Jak rozpoznać, że system zasięgów działa patologicznie?

Pierwszym sygnałem jest to, że osoby, które mają realny, pozytywny wpływ na rzeczywistość [samotne matki, wolontariusze, lokalni społecznicy, archiwiści, etyczni dziennikarze śledczy, autorzy niszowych profili], są przez ten system niewidzialne. Nie generują kliknięć. Nie wzbudzają sensacji. Nie skandalizują. Nie kłamią. Ich praca jest cicha i dokładna. System udaje że ich nie ma. A to oni mają faktyczne sukcesy [wpływ na ludzi, wpływ na zmiany polityczne, budowanie opinii wpływających na świat dziennikarski i artystyczny, zmiana w społeczności, wewnętrzna satysfakcja], nie wirtualne liczniki.

Drugim sygnałem jest to, że osoby, które sieją dezinformację, hejt i patologię, są przez system promowane [wysokie zasięgi, monetyzacja, sponsoring, sprzedaż kursów i e-booków]. W rzeczywistości system ich wykorzystuje. Zarabiają, ale płacą za to zdrowiem psychicznym, utratą prywatności, ciągłą presją, hejtem, który sami wywołują, i nieuchronnym wypadnięciem z "bąbelka popularności". Ich "sukces" jest krótkotrwały. Przeważnie po kilku latach – wypadają. Zostają zapomniani. Część kończy w depresji, bankructwie, przedwczesnej śmierci. System nie ma dla nich litości. Gdy przestają generować kliknięcia, znika też zainteresowanie platform, widzów, sponsorów. Są niczym 'królowie', tyle że z koroną zrobioną plastiku i zamiast berta mają patyk i ich królestwo to papierowa atrapa.

Trzecim sygnałem jest to, że ilość wyświetleń [tak zwanych "zasięgów"] stała się głównym [a często jedynym] kryterium oceny wartości człowieka w przestrzeni publicznej.

Skąd się wzięło to kryterium?

Z logiki reklamy. Reklamodawca płaci za dotarcie do jak największej liczby odbiorców. Im więcej wyświetleń, tym więcej potencjalnych klientów. To jest zrozumiałe w świecie handlu. Problem w tym, że tę samą logikę zaczęto stosować do wszystkich treści – także tych, które nie są reklamą, nie są produktem, nie są przeznaczone do sprzedaży. Materiał edukacyjny, artystyczny, społeczny – zaczęto oceniać tak samo, jak kampanię reklamową pasty do zębów. To jest absurd.

Z lenistwa poznawczego. Łatwiej jest ocenić coś po jednej liczbie, niż zagłębić się w treść. Łatwiej powiedzieć "ma dużo wyświetleń, musi być wartościowe", niż spędzić godzinę na czytaniu, oglądaniu, analizowaniu. System steruje naszym lenistwem. Podsuwa gotowe oceny. I większość ludzi je przyjmuje.

Z potrzeby społecznego statusu. W świecie, gdzie skompromitowane autorytety [kler i tradycyjne religie, państwo, szkolnictwo, medycyna konwencjonalna] straciły na znaczeniu, pojawiła się próżnia. Wypełniły ją nowe autorytety: osoby z największymi zasięgami. Są to często celebryci, influencerzy, youtuberzy, tiktokerzy. Ich "władza" nie pochodzi z wiedzy, mądrości ani etyki. Pochodzi z liczby followersów. To jest władza pozorna – ale w świecie pozorów, gdzie liczy się tylko widoczność, staje się władzą realną.

Im więcej czasu użytkownicy spędzają na platformach, im bardziej są zaangażowani emocjonalnie [co często oznacza: im bardziej są zestresowani, oburzeni, przestraszeni], tym większe zyski platform. System zaprojektowano tak, by uzależniać. Firmy napędzają "dopaminową pętlę", co podobne jest do hazardu. To nie przypadek. To mechanizm zaprojektowany dla optymalizacji zysków. Znają słabości i uzależniania ludzkie i zakładają 'pajęczynę' by złapać niezbyt mądrych ludzi nie umiejących się z tej niewoli wygrzebać.

Kto na tym zyskuje?

Długofalowo nikt .

Na tym systemie ekonomicznie zyskują przede wszystkim wielkie korporacje: Meta [Facebook, Instagram], Google [YouTube], oraz inne [Twitter/X]. To one są właścicielami platform. To one zbierają dane. To one sprzedają reklamy. To one określają reguły gry. Firmy pochodzą przeważnie z USA, które jest głównym beneficjentem tego systemu. Większość z nich stosuje agresywne mechanizmy optymalizacji podatkowej, przenosząc zyski do rajów podatkowych [Irlandia, Luksemburg, Karaiby]. Nie płacą należnych podatków w krajach, w których działają. Wykorzystują infrastrukturę publiczną [edukacja, ochrona zdrowia, sądy, policja], ale nie partycypują w kosztach jej utrzymania. To jest dodatkowa patologia: czerpią zyski z uzależniania ludzi, a koszty społeczne [depresje, hejt, dezinformacja, rozpad więzi] przerzucają na społeczeństwo i państwo. Aplikacje ze sztuczną inteligencją [chatGPT, Gemini, Claude, Grok, Perplexity] kopiuje dziedzictwo kulturowe wyprodukowane przez 1000 lat w Polsce [wszystkie dostępne pisma w języku polskim] i jako najczęściej płatne aplikacje, nie płacą podatków i zarazem tresują obywateli na niewolników umysłowych wygodnych dla rządu i korporacji USA.

I w ten sposób najwięksi giganci cyfrowi zarabiają na 'kulturze zasięgów' i wysysają większość majątku społecznego dla garstki właścicieli.

Skutki bycia łajdakiem, czyli właścicielem takiej zbrodni, są makabryczne mistycznie i psychologicznie. Muszą żyć z tym że z ich powodu cierpią miliardy ludzi. To zbyt ciężkie brzemię , by można go było zbyć oszustwem.

Zyskują finansowo też sami "gwiazdorzcy" [ci na szczycie] - ale tylko pozornie i krótkotrwale. Osiągają wysokie zasięgi, pieniądze, status. Po kilku latach jednak wypadają z gry. Stają się "starą gwiazdą", którą zastępuje nowa, młodsza, bardziej bezwzględna. Podczas 'sukcesu' ich świat wewnętrzny przechodzi proces przekształcania na labirynt bolesnych myśli i uczuć depresyjnych których nie sposób się pozbyć. Napięcia psychologiczne stają się dożywotnim elementem ich życia.

Alkohol i narkotyki są fikcyjną pomocą i przypominają tamę która zatrzymuje wodę , aż nie pęknie.

Reszta - przegrywa. Przegrywa, bo spędza godziny przed ekranem . Przegrywa, bo porównuje się do sztucznych, wyretuszowanych, wyreżyserowanych wizerunków. Przegrywa, bo wierzy, że to, co nie ma wyświetleń, jest bezwartościowe. Przegrywa, bo nie widzi prawdziwych bohaterów: samotnej matki, pielęgniarki, archiwisty, wolontariusza. Przegrywa, bo system wmówił im, że liczy się tylko widoczność.

Jak z tego wyjść?

Na początek: wyłączyć i na stałe ograniczyć Internet i smartfona. Pójść na spacer do lasu. Zacząć uprawiać rekreacyjny sport. Znaleźć alternatywy spędzania wolnego czasu. Słuchać niekomercyjnej muzyki, szczególnie starszej z przed ery mediów społecznościowych. Być sam na sam ze sobą i zacząć samodzielnie myśleć[medytacja jest pomocna].

Należy przestać wierzyć, że wyświetlenia są miarą wartości. To tylko licznik - i to licznik często fałszywy, bo platformy zawyżają wyniki, a część odsłon pochodzi z botów. Nie pokazuje on ani jakości treści, ani rzeczywistego wpływu na ludzi. Pokazuje tylko skalę widoczności w systemie, który premiuje patologię.

Następnie: zmienić kryteria oceny. Zamiast "ile ma wyświetleń?" pytać "co robi dobrego?". Zamiast "jaki ma zasięg?" pytać "jaki ma wpływ na swoją społeczność?". Zamiast "ile ma subskrybentów?" pytać "czy jego działanie pomaga mi i innym?". Docenić cichych bohaterów.

Wreszcie: działać w niszy. Nie trzeba być frontmenem z milionowymi zasięgami. Wystarczy robić swoje - dla siebie, dla małej społeczności, dla bliskich. Każdy, nawet najmniejszy, pozytywny czyn ma wartość.

Dlaczego system jest tak trudny do zmiany?

Bo jest opłacalny dla tych, którzy go stworzyli. Korporacje technologiczne [Meta, Google] wydają miliardy dolarów na lobbing w Waszyngtonie, Brukseli i innych stolicach. Opłacają ekspertów, którzy piszą korzystne dla nich projekty ustaw. Finansują kampanie wyborcze polityków, którzy później nie chcą ich regulować. Tworzą pozory samoregulacji, która nigdy nie działa. To jest mechanizm: udajemy, że problem rozwiązujemy, ale w rzeczywistości tylko go pogłębiamy.

Do tego dochodzi uzależnienie społeczeństwa. Miliardy ludzi są przyzwyczajone do darmowych usług [Facebook, YouTube]. Nie chcą płacić. Nie chcą rezygnować. Nie

widzą związku między swoim scrollowaniem a patologią, która z tego wynika. System działa jak narkotyk: daje urojoną przyjemność i długofalowo niszczy zdrowie psychiczne, relacje, poczucie wartości.

Czy istnieją alternatywy?

Tak, ale są niszowe i mało znane. Portal Archive.org to przykład platformy, która nie opiera się na wyświetleniach, lajkach i algorytmach promujących patologię. Można tam tworzyć i udostępniać treści za darmo, bez presji na popularność. Są też inne: serwisy z darmowymi netlabelami [Ektoplazm, Enough Records, Mahorka], fora dyskusyjne bez systemu punktowego. To są enklawy. Nie mają one wpływów wielkich korporacji. Nie generują gigantycznych zysków. Ale działają. I są dowodem na to, że inny system jest możliwy.

Co może zrobić jednostka?

Przede wszystkim: przestać karmić system własną uwagą. Odinstalować aplikacje. Wyłączyć powiadomienia. Ograniczyć czas spędzany na platformach.

Po drugie: wspierać alternatywy. Tworzyć własne treści poza systemem [własne strony, blogi, fora]. Udostępniać wiedzę za darmo. Doceniać małe społeczności, w których jakość relacji jest ważniejsza niż liczba wyświetleń.

Po trzecie: zmieniać kryteria oceny w swoim otoczeniu. Nie pytać "ile", tylko "jak". To jest proces długotrwały, ale możliwy. Zmiana zaczyna się od jednostki, nie od korporacji.

Czy system sam się nie załamie?

Prędzej czy później - tak. Każdy system oparty na uzależnianiu i patologii ma swoją datę ważności. Depresja, lęki, samobójstwa, rozpady rodzin, dezinformacja, hejt - to są koszty społeczne, które w końcu staną się nie do udźwignięcia. Już teraz rządy niektórych krajów [Francja, Holandia, Chiny] wprowadzają ograniczenia dla mediów społecznościowych. To początek.

Rola zaplecza - dlaczego frontmen to tylko wierzchołek góry lodowej

Osoba widoczna publicznie, mająca duże zasięgi i wpływ na odbiorców, nie działa w próżni. Jest jak konferansjer - wypowiada tekst, który często nie jest jego

autorstwa. Prezentuje argumenty, których sam nie wypracował. Stoi przed kamerą, ale za nią stoi cały sztab ludzi: analitycy, archiwiści, copywriterzy, graficy, montażyści, prawnicy, wspierający. To oni dostarczają amunicję – gotowe argumenty, sprawdzone dane, skuteczne frazy. On tylko je wypowiada.

W piłce nożnej fachowiec nie powie, że mecz wygrał napastnik, bo strzelił gola. Wiadomo, że gol nie padłby bez podania – a podanie nie powstałoby bez wcześniejszej akcji, bez odbioru piłki, bez defensywy, która utrzymała czyste konto, bez taktyki ułożonej przez trenera. Sukces jest drużynowy. Frontmen [napastnik] jest tylko najbardziej widoczny. Ale bez reszty drużyny jest niczym.

Podobnie jest w mediach społecznościowych. Głośny kanał z dużymi zasięgami to często efekt pracy kilkunastu osób, z których tylko jedna pokazuje twarz. Reszta jest niewidoczna. System jednak widzi tylko frontmena – jego twarz, jego nazwisko, jego wyświetlenia. Zaplecze pozostaje w cieniu. I to jest część patologii: system nie uczy, że prawdziwy sukces jest zbiorowy.

Większość ludzi może wspierać frontmanów – pod warunkiem, że ich działanie służy dobru, a nie patologii.

Gdzie szukać takiego frontmena? Nie po liczbie wyświetleń. Po treści: czy głosi prawdę, czy pomaga innym, czy nie kłamie, czy nie szczuje, czy nie promuje kryptoreklamy. Tacy frontmeni istnieją.

Frontmen nie ma czasu na żmudne analizy, przeglądanie badań, śledzenie działań przeciwników, demaskowanie kłamstw. On ma czas na nagrywanie, montaż, interakcję z widzami, zarządzanie kanałem. To ty – jako wspierający – możesz dostarczyć mu gotowe materiały: opracowania, zestawienia, analizy, kontrargumenty.

Jak to robić? Napisać konkretny tekst, wysłać mailem, udostępnić w chmurze.

Frontmen często nie ma czasu na czytanie i moderowanie wszystkich komentarzy pod swoimi filmikami. Potrzebuje wsparcia: kogoś, kto odpowie na pytania, kto uświadomi niedowiarków, kto zdemaskuje hejterów, kto podziękuje za merytoryczne uwagi. To jest rola, którą może pełnić każdy – bez potrzeby posiadania własnego kanału, bez pokazywania twarzy, bez zdobywania zasięgów.

Komentarz to forma pomocy. Nie musi być długi. Nie musi być ozdobny. Ma być rzeczowy, merytoryczny, spokojny.

Frontmen może potrzebować pomocy w montażu, obróbce dźwięku, tworzeniu grafik, zarządzaniu social mediami, rozliczeniach, kwestiach prawnych.

Frontmen potrzebuje nie tylko widzów, ale też lojalnej, aktywnej społeczności. To społeczność tworzy klimat, broni przed hejtem, pomaga nowym widzom się odnaleźć. Należć do takiej społeczności to też forma wsparcia.

Wspieranie wartościowego frontmena to jedna z najskuteczniejszych form działania w systemie zbudowanym na patologii. Nie zmieni to systemu od razu, ale pomoże przetrwać tym, którzy są warci wsparcia. A w dłuższej perspektywie - może być początkiem zmiany. Bycie w takiej drużynie to wykonanie pracy równie wartościowej co frontmen.

W krajach skandynawskich [Finlandia, Norwegia, Dania, Szwecja] szkoły podstawowe i średnie nie używają ocen liczbowych przez pierwsze lata edukacji. Uczeń nie dostaje stopni. Nie ma rankingu. Nie ma rywalizacji o to, kto ma lepszą średnią. Zamiast tego - uczy się współpracy. Uczniowie pracują razem, pomagają sobie, rozwiązują problemy w grupach. Nauczyciel nie jest egzekutorem, który wystawia cyfry. Jest przewodnikiem, który wspiera rozwój.

Skutki? Mniej stresu. Mniej lęku przed porównywaniem. Więcej radości z uczenia się. Więcej kreatywności. Mniej depresji i wypaleń wśród młodzieży. A wyniki w międzynarodowych testach [PISA] - nie są gorsze niż w krajach z systemem ocen. Często są lepsze.

Skandynawowie odkryli coś, czego korporacje technologiczne nie chcą, byśmy zrozumieli: brak licznika nie niszczy motywacji. Przeciwnie - uwalnia ją od patologicznej presji. Uczeń zdobywa wiedzę, bo ma głód informacji. Nie po to, by dostać piątkę. Nie po to, by być lepszym od kolegi. Dla samej wiedzy. Dla rozwoju. Dla satysfakcji.

Media społecznościowe działają na odwrotnej zasadzie. System jest zaprojektowany tak, byś porównywał się z innymi. Wyświetlenia, lajki, subskrypcje - to są publiczne liczniki. Każdy widzi, kto ma ich więcej. Każdy widzi, kto ma ich mniej. System wzbudza zazdrość, frustrację, poczucie niższości. To generuje kliknięcia - i zyski. A wyobraź sobie Internet bez liczników. Bez wyświetleń. Bez lajków. Bez subskrypcji. Bez informacji o tym, kto jest "popularny", a kto nie. Platforma działa, ale nie pokazuje żadnych cyfr. Nie wiesz, ile osób obejrzało dany film. Nie wiesz, ile dostał lajków. Nie wiesz, ile ma subskrybentów. Widzisz tylko treść. Oceniasz ją - ale nie masz gotowej odpowiedzi, co jest "wartościowe" według tłumu. Musisz sam zdecydować.

Czy to ma sens? Oczywiście, bo w ten sposób telewizja i radio działały przez dziesiątki lat i było lepiej niż teraz z licznikiem.

Unia Europejska może wprowadzić regulacje. Może wymusić na platformach ukrywanie liczników. Może to zrobić pod presją społeczną. Jeśli wystarczająco dużo ludzi będzie o tym mówić, pisać, domagać się zmian - politycy zaczną reagować.

Jakie byłyby skutki ukrycia liczników?

Po pierwsze: zniknąłby kult popularności. Nie wiedziałbyś, kto jest "top", a kto "flop". Nie mógłbyś ocenić wartości filmu po liczbie wyświetleń. Musiałbyś go obejrzeć - i sam wyrobić sobie zdanie.

Po drugie: zmniejszyłaby się przewaga patologicznych kreatur. Kłamcy, hejterzy, kryptoreklamowcy - tracą, gdy nie mogą pochwalić się wysokimi licznikami. Ich siła była w dużej mierze pozorna. Gdy nie widać, ilu ich obserwuje, ich wpływ maleje.

Po trzecie: wzrósłaby rola treści, a nie opakowania. Liczniki to forma opakowania: "ten film jest popularny, więc musi być dobry". Bez tego opakowania pozostaje sama treść. I to, czy jest wartościowa, oceniasz po jej obejrzeniu, nie po liczbie pod spodem.

Po czwarte: zmniejszyłby się stres i depresja wśród użytkowników. Nie porównywałbyś się do innych - bo nie miałbyś danych do porównania. Nie frustrowałbyś się, że ktoś ma więcej lajków. Nie czułbyś się gorszy, bo twój post ma mniej wyświetleń.

Co możesz zrobić już teraz?

Wyłącz powiadomienia i licznik jeśli to możliwe. Ogranicz czas spędzany na platformach. Korzystaj z alternatyw. Wspieraj wartościowych twórców, nie patrząc na ich popularność. Mów o problemie. Pisz. Dyskutuj. Domagaj się zmian. Im więcej osób będzie świadomych patologii liczników, tym większa presja na platformy i polityków.

Czy świat bez liczników jest możliwy?

Tak. Ale nie nadejdzie sam. Musimy go stworzyć. Zaczynając od siebie - i od swojej społeczności.

Trzy typy **artystów** - każdy ma swoją wartość

Od zawsze istniały trzy drogi, którymi podąża sztuka. Nie lepsze ani gorsze. Po prostu różne. Każda z nich ma sens. Każda jest potrzebna.

Typ pierwszy - twórca dla siebie i wąskiego grona.

To artysta, który tworzy, bo musi. Nie oczekuje publiczności. Nie oczekuje uznania. Nie oczekuje nagród. Często nawet nie udostępnia swoich dzieł. Jego sztuka jest intymna, osobista, niepotrzebująca świadków. Tacy twórcy często zostają odkryci po śmierci - lub wcale. Przykłady to Van Gogh czy sztuka naskalna z jaskini Chauveta leżąca pod ziemią ponad 30 tysięcy lat, zanim ją odkryto. Dziś jest bezcenna.

Typ drugi - twórca w niszowej społeczności.

To artysta, który tworzy dla konkretnej grupy odbiorców. Małych, ale zaangażowanych. Nie goni za milionami. Nie potrzebuje stadionów. Jego publiczność to kilkaset, może kilka tysięcy osób - ale są to ludzie, którzy naprawdę rozumieją, co robi. Dzielią jego pasję, jego język, jego wrażliwość.

Dziś tacy twórcy działają na niszowych platformach: Archive.org, netlabele, prywatne fora, małe kanały na YouTube. Nie mają wielkich zasięgów, ale mają realny wpływ. To oni często inspirować tych bardziej znanych – dostarczają im argumentów, pomysłów, nowych brzmień. Są jak potok górski – na początku mały, niewidoczny. Ale to z niego bierze się rzeka, która później użyźnia doliny.

Typ trzeci – twórca z publicznością masową

To artysta, który ma szczęście – lub pecha, w zależności od perspektywy – że jego twórczość trafia do milionów. Okoliczności się układają. Moda sprzyja. Technologia pozwala. System promuje. I nagle artysta staje się gwiazdą. Michael Jackson, Mariah Carey, Aaliyah, Lisa Gerrard, Sylver, The Prodigy, Bob Marley, Wynton Marsalis, John Coltrane, Miles Davis, Tomasz Stańko, Sa Chen, Zbigniew Preisner, Justyna Steczkowska, Antonina Krzysztoń – to są przykłady. Ich muzyka znana jest w różnych częściach świata. Ich publiczność to miliony, czasem miliardy.

Niektórzy twórcy masowi mają prawdziwy talent. Inni są tylko produktem systemu, kalkami, epigonami. Ale fakt, że ktoś jest znany, nie czyni go automatycznie gorszym lub lepszym. Wartość jego sztuki nie zależy od liczby odbiorców. Zależy od tego, czy ma coś do powiedzenia – i czy robi to w sposób autentyczny.

Żaden typ nie jest gorszy ani lepszy z powodu licznika wyświetleń, choć statystycznie mniej znani są o wiele lepsi, od przereklamowanych celebrytów [Whitney Houston, Bob Dylan, Elvis Presley, Frank Sinatra, Paul McCartney, Louis Armstrong, James Brown, Rod Stewart, Mick Jagger, Elton John, Leonard Cohen, Bono, Barbra Streisand, Iggy Pop, Alicia Keys... Seweryn Krajewski, Grzegorz Ciechowski, Andrzej Zaucha, Artur Rojek, Andrzej Piaseczny, Stanisław Sojka, Mieczysław Ścieszniak... 'gwiazd' z Tik Toka i You Tube nie wymieniam bo to jedno sezonowe anonimy, liczone w tysiącach egzemplarzy na miesiąc].

System mediów społecznościowych wmówił nam, że tylko typ trzeci się liczy. Tylko ci z milionami followersów. Tylko ci, którzy są widoczni. To kłamstwo.

Van Gogh był typem pierwszym. Nie doczekał się uznania. Dziś jego obrazy wiszą w najlepszych muzeach świata. Sztuka naskalna z jaskini Chauveta jest typem pierwszym – nikt nie wie, kto ją stworzył, nie wiadomo, dla kogo była przeznaczona. Ma 30 tysięcy lat. Jest bezcenna. Mariah Carey była typem trzecim. Miała publiczność masową. Jej muzykę zna cały świat. Kto z nich ma większą wartość? To pytanie nie ma sensu. Każdy z nich jest wartościowy na swój sposób. Każdy wniósł coś do kultury.

Typ drugi - niszowi twórcy - często inspirowali typ trzeci. To oni eksperymentowali z nowymi brzmieniami, nowymi formami, nowymi technikami. Gdy coś się sprawdzi, zostaje podchwyczone przez mainstream. Potok górski zasila rzekę. Rzekę zasila rośliny, zwierzęta, ludzie. Bez potoku rzeka by wyschła. Bez niszowych twórców mainstream stałby się płytki, powtarzalny, martwy.

Każdy typ jest potrzebny.

System, który promuje tylko typ trzeci, jest chory. Zabija różnorodność. Zabija eksperyment. Zabija odwagę. Tworzy iluzję, że tylko masowa publiczność nadaje wartości. To kłamstwo. Prawdziwa wartość sztuki nie zależy od tego, ile osób ją ogląda. Zależy od tego, czy ma w sobie prawdę. A prawda może być równie dobrze ukryta w jaskini przez 30 tysięcy lat, zamknięta w szufladzie van Gogha, albo śpiewana na stadionie przed setkami tysięcy ludzi.

Twórz dla siebie. Twórz dla nielicznych. Twórz dla milionów. To nie ma znaczenia. Liczy się tylko jedno: czy twoja twórczość jest autentyczna. Czy masz coś do powiedzenia. Czy robisz to dobrze. Reszta - liczba odbiorców, zasięgi, lajki - jest wtórna. Nie daj się zwariować. Nie pozwól, by system wmówił ci, że tylko widoczność się liczy. Sztuka jest poza tym.

Michael Jackson był utalentowanym artystą. Miał nieprzeciętny głos, wycucie rytmu i dobrą pracę w studiu muzycznym. Ale jego talent - jak każdy talent - nie wyrósł z próżni. Był zręcznym skompilowaniem rzeczy, które zrobili inni przed nim i w trakcie jego życia[ci z drugiego typu - mniej znani i często lepsi]. To, co Jackson robił, było często kalką: czerpał z wcześniejszych wykonawców czarnych, i takich gatunków jak funk, soul, rock, R&B, blues, reggae, hip hop, jazz, klasyka i muzyka etniczna. Przetwarzał, łączył, wygładzał. I sprzedawał jako coś nowego. Jackson otaczał się ludźmi, którzy dostarczali mu surowiec. Producenci, kompozytorzy, aranżerzy, inżynierowie dźwięku - to oni często tworzyli fundament. Jackson dodawał swój głos i swoją osobowość. I to było jego siłą.

Cena za sławę była jednak wysoka. Pieniądze, które zarobił, nie poszły na rozwój - poszły na egocentryczne zachcianki. Neverland, operacje plastyczne, kupowanie szkieletów ludzkich, długi, procesy. To nie jest "dziwactwo artysty". To jest symptom choroby. System, który produkuje gwiazdy, nie produkuje zdrowych psychicznie ludzi. Produkuje narcyzów, często psychopatów, którzy gubią się we własnym sukcesie. Jackson miał też nałogi. Farmaceutyki, leki przeciwbólowe, używki. To nie jest "walka z bólem". To jest ucieczka. Ucieczka od presji, od ciągłego bycia na scenie, od bycia produktem. System wymagał od niego, by był gwiazdą 24 godziny na dobę, 7 dni w

tygodniu. Nie da się tego wytrzymać. Więc uciekał w substancje. Nałogi zniszczyły jego talent - i ostatecznie jego życie.

Jackson jako dziecko był produktem wytwórni. The Jackson 5 to był starannie wyreżyserowany show. Piosenki były pisane przez profesjonalnych autorów, aranżowane przez producentów, promowane przez kapitał. Jackson nie miał wtedy wpływu na to, co robi. Był narzędziem. I jego wczesna twórczość - mimo że komercyjnie udana - była chałturnicza. Powielala schematy. Nie wносиła nic nowego. Była poprawna i bezpieczna. Dziecięcy Jackson nie był artystą. Był produktem. I system go takim ukształtował. On sam przez lata nie mógł się z tego uwolnić. Gdy stał się bardziej niezależny, gdy miał pieniądze i władzę, by decydować o sobie - pokazał, co naprawdę potrafi. Albumy "HIStory" i "Invincible" to dowód. Są tam utwory, w których Jackson przestaje być produktem, a staje się autorem. Mniej komercyjne, bardziej osobiste. Mniej gładkie, bardziej surowe. Mniej dla mas, bardziej dla siebie. To jednak niewiele. Jak na możliwości, jakie miał - pieniądze, dostęp do najlepszych producentów, studiów, instrumentów - jego samodzielna twórczość jest zaskakująco uboga. Nie wykorzystał potencjału. Nie rozwinął się tak, jak mógł. Zamiast iść w głąb, poszedł w szerz - w skandale, w wydziwianie, w ucieczkę od siebie.

Jackson jest przykładem tego, jak system produkuje gwiazdy i jak je później niszczy. Wychodzi z dziecka produkt. Robi z niego maszynę do zarabiania pieniędzy. Daje mu sławę, pieniądze, władzę. Nie daje mu za to narzędzi do radzenia sobie z własną psychiką. Efekt? Egocentryzm, nałogi, paranoja, przedwczesna śmierć w wieku 51 lat. Nie jako artysta - jako ofiara własnego sukcesu.

Procentowa analiza : dlaczego niszowi artyści często tworzą dłużej i konsekwentniej?

To są dane szacunkowe. Trudno dokładnie opisać mniej znanych muzyków, bo nie są tak udokumentowani jak gwiazdy masowe. Nie ma o nich setek biografii, wywiadów, analiz. Ich twórczość często ginie w szumie. Ale nawet na podstawie dostępnych informacji widać pewną prawidłowość.

Prince Far I [żył 39 lat- został zabity]. Początek działalności około 1970. Okres wartościowej, konsekwentnej twórczości: 1976-1983. To około 7-8 lat nieprzerwanej pracy, bez załamania, bez skandali, bez przerw - aż do śmierci. Jego autentyczność nie była kupiona. Jego talent nie wymagał armii producentów. Gdyby nie śmierć rozwijał by się dalej.

Michael Prophet [żył 60 lat]. Początek działalności 1977. Okres wartościowej twórczości: 1977-2009. Ponad 30 lat konsekwentnej pracy. Stopniowe schodzenie, ale bez gwałtownego załamania. Tworzył głównie samodzielnie, nie jako produkt wytwórni.

Joe Henderson [żył 64 lata]. Całe życie trzymał formę. Szczyt działalności przypadł na lata 1991-1994, ale nagrywał wartościowe rzeczy od lat 60. do końca życia - ponad 40 lat. W końcu trochę gorzej, ale to już starość. Jego warsztat, wiedza, autentyczność były jego własne, nie kupione.

Gwiazdy masowe, często mają krótszy okres autentycznej, wartościowej twórczości. Michael Jackson miał może 6-7 lat szczytowej formy[a i tak nie może się to równać z jakością jaką dali Joe Henderson, Michael Prophet, czy Prince Far I]. Reszta to przerwy, skandale, nałogi, produkowanie się pod rynek. Jego talent był w dużej mierze zręcznym skompilowaniem cudzej pracy - producentów, kompozytorów, aranżerów, muzyków sesyjnych. Bez nich byłby niczym. Miał głos i charyzmę, ale nie warsztat kompozytorski, nie umiejętność aranżacji, nie produkcji.

Niszowi artyści - Prince Far I, Michael Prophet, Joe Henderson, i wielu innych - tworzyli głównie sami. Ich autentyczność nie wymagała armii producentów. Ich twórczość jest ich własna. I dlatego ich okres wartościowej pracy bywa dłuższy i bardziej konsekwentny.

Mniejsza presja systemu, mniejsze obciążenie złymi czynami i zgubnymi konsekwencjami, mniej skandali i nałogów - przekładają się na dłuższą i stabilniejszą twórczość. Ci z drugiego frontu nie muszą udowadniać, że wciąż są "na topie". Nie muszą wydawać albumu co rok. Nie muszą być na okładkach magazynów. Mają spokój. Mają czas. Mają przestrzeń. I to widać w liczbach i moim prywatnym doświadczeniu, czyli osoby, która ponad 30 lat ma formę, a jej szczyt to 2026 rok mimo iż mam 51 lat.

////////////////////////////////////

'view counter'

afikcja 2026

The Myth of Reach

Contemporary Internet, dominated by social media and video platforms, has created a new religion: the cult of numbers. Views, likes, subscriptions, shares - these have become the universal measure of value. Whoever has more of them is "better", "more important", "more valuable". Whoever has fewer - is "worse", a "loser", someone whose work is meaningless.

This is a myth.

A number does not measure value. It measures only one thing: the scale of visibility in a system designed to generate clicks. This system does not reward truth, authenticity, or social good. It rewards whatever captures attention - sensation, hate, lies, covert advertising. The more controversial the content, the more shocking, the more it stirs emotions [usually negative], the more views it gets. And the more the system promotes it. To this we must add the buying and manipulating of reach by large corporations, which pull the strings of this swindle. Platforms have very different counting methods, which means certain results [on YouTube, for example] can be artificially inflated [because this builds their position with advertisers].

Why did the cult of reach arise in the first place?

Before the system began measuring people by views, other measures existed. In traditional societies, a person's worth was measured by their deeds - whether they helped their neighbor, whether they were honest, whether one could rely on them. A mother raising a child had no "likes", but her impact on the future of the community was obvious. A craftsman who did his work well did not collect subscriptions, but he enjoyed recognition in his environment. These were qualitative measures, based on relationships and direct experience.

The Internet, and particularly social media, changed this logic. Instead of asking "what good does this person do?", the system began to ask "how many people watch them?". Instead of "is their work valuable?" - "how many views does it have?". Instead of "what impact do they have on their community?" - "what is their reach?".

This is a fundamental shift of emphasis. Value, which was once tied to content and quality, has been replaced by quantity and visibility.

The consequences of this reversal of values are devastating. In a system that exclusively rewards numbers, authentic, hardworking, conscientious people - often lacking the "exhibitionism" needed to be a star - are pushed to the margins. Their work is not visible. They themselves are not visible. The system does not reward them. On the contrary - it suggests to them that since they have no reach, their action has no meaning. This is symbolic violence carried out by a counter.

Is it the duty of every being to have influence?

An old song by the band Deadlock comes to mind:

"Your ambition kills you. Ambition is your god. I don't play, I don't lose, because I have no ambition. Ambition is your crazy religion."

This is not just a song lyric. It is a diagnosis. Ambition understood as a morbid desire for influence, to be visible, important, admired - indeed kills. It kills authenticity. It kills peace. It kills relationships. It kills mental health. And in the world of social media and the chase for reach, it has become the norm. The system does not just promote it - the system demands it.

Megalomania as a cultural norm

The desire for influence, especially on a mass scale - over all people, over the entire world - is a classic symptom of megalomania. In psychiatry, it is a personality disorder. On social media, it is an everyday occurrence. "I want a million subscribers. I want my followers to die of delight at my greatness. I want my photo, my video, my post to be the most popular. Me, me, me - and only me. The rest can get lost."

This is not healthy ambition. It is a sickness. Yet the system rewards it. The more morbidly self-centered you are, the more ruthless, the more devoid of empathy - the greater your chances of 'success' [in terms of reach, money, status]. Psychopaths and narcissists dominate social media. Not because they are better. Because the system was made for them.

People sick with ambition often cause more harm than good. They push themselves where they are not needed. They give advice nobody asked for. They pursue their own

visions without regard for others. They believe their mission is more important than the fate of those they trample. This is what is known as "misguided help": their intention is to assist, but the effect is exactly the opposite of what they intended. They often do not even notice they are harming others - because they are too focused on themselves.

The more someone forces their way into the front line, the more chaos and confusion they create. Not every role is for everyone. Not everyone can be a leader, a speaker, the face of a project. And there is nothing wrong with that. On the contrary - knowing one's limits is a sign of maturity. The fact that someone does not want to be a frontman does not mean they are worse. It means they are wiser - because they are not wasting energy on something they were not made for.

Modesty is a virtue - and that is not an empty phrase

In a world that forces you to believe that you must be visible, that you must have influence, that you must chase likes and views - modesty becomes an act of resistance. It is not about pretending you are worse than you are. It is about not believing the lie that your worth depends on the number of people watching you.

Modesty is not a lack of ambition. It is ambition directed to the right place: towards developing your own skills, helping others, creating valuable things - not towards being visible. It is the ability to enjoy what you do without needing applause. Your work can be valuable even if nobody knows about it. Your help can be effective even if it gets no likes.

Knowing your role is a sign of wisdom, not weakness.

The system tells you that you should be a frontman. That you should stand in front of the camera. That you should have your own channel, your own reach, your own followers. That is a lie. Not everyone is suited for this role - and they don't have to be. The system has convinced you that every being - every person - has a duty to strive for influence. That if you have no influence, you are nobody. That is a lie.

There is no obligation to be influential. No obligation to be visible. No obligation to chase likes and views. The only thing you are obliged to do is to be yourself - and to do what you were made for, with your own traits and predispositions. Nothing more is needed for happiness.

What truly brings happiness is not influence, not popularity, not reach. It is insight into yourself. Understanding who you are, what you can do, what you want - and what you do not want. The ability to distinguish what truly matters from what the system has convinced you is important. And the insight into the Absolute - which does not depend on anyone's approval or admiration - is accessible to every human being.

The system rewards quantity, not quality.

The more, the better - for platforms, because more clicks. For pathological creators - because more chances to catch the naive. For art - a disaster. Millions of tracks per year, millions of singers, millions of videos. Only a handful have anything of value. The rest is noise that drowns out the signal.

This is not "diversity". It is a smokescreen. When you have a million channels, finding a hundred worthwhile ones is like finding a needle in a haystack. And the system does not help - it makes it harder, because it promotes pathology, sensation, hate, lies, and hides artists. Valuable content - quiet, calm, requiring focus - drowns in this flood. It has no likes, no views, no reach, so the algorithm does not lift it. You have to find it yourself. If you even have the strength to search.

The belief that "anyone can be a star", that "everyone should have influence", that "everyone has something to say" - is devastating for culture. It is not about not being allowed to try. The problem lies elsewhere: the system has created an illusion in which everyone thinks they have the predisposition, for example, to be a singer. Not to be a good cook, not to be a diligent firefighter, not to be a skilled bricklayer. Only to be a singer. To be visible.

This illusion has a second layer: being a singer is supposedly better than being a firefighter, cook, or bricklayer. A firefighter saves lives. A cook prepares meals for others every day. A bricklayer builds houses where hundreds of people live. These are professions with real, tangible impact on reality. In the reach system, they are invisible. They generate no clicks. They get no likes. They bring no followers. So they seem worse and worthy of contempt. Only a singer or some other inflated 'star' can have value. This is a sick reversal of values.

And in reality? There are perhaps 99% of people who believe they can be singers while having no predisposition for it. They have no talent. No knowledge. No craft. No originality. They are epigones, imitators, copies. They repeat what someone before them already did - and did better. They bring nothing new. Nothing of value.

But they do not know they are copies. The system has convinced them that anyone can be an astronaut, an alpinist, a ski jumper, a runner, or a singer. So they produce. They throw millions of tracks into the net. Millions of videos. Millions of posts. This is not creativity. This is the production of noise.

And the signal - those who truly have something to say - drowns in this chaos. Not because they are worse. On the contrary - they are better: they have talent, knowledge, craft, originality. But the system cannot fish them out. It has no tools to distinguish signal from noise. Because its goal is not to promote value. Its goal is to generate clicks. The system is constructed so that the signal drowns. That is not an accident. It is a feature.

The lie ruins people's lives. They chase something they will never achieve. They waste time, money, mental health. They miss what they actually have true predispositions for. And the system rubs its hands - because the more people believe in "being a star", the more content they generate for free. And the greater the platforms' profits. The most is earned from human stupidity, and that is why it is reinforced.

The system that makes everyone chase the same goal is inhumane. It is constructed so that 99% of people will never achieve it - but they will suffer, become frustrated, compare themselves, and feel inferior. Thus a system has arisen for hammering complexes into every one of us, except a handful of 'chosen ones', whom the system destroys even more with the burden of clowning under algorithms.

The result is a culture of appearance. A million channels, a million tracks, a million singers. Thousands of hours of content daily. And to choose from - almost nothing. Because what is valuable is hidden, unpromoted, not generating clicks. And it takes effort to find it. Most people do not have the strength for that. So they choose what the algorithm feeds them: pathology, sensation, hate, empty entertainment. And so the circle closes. The system wins. Art loses.

The worst pretenders are those with master's degrees from music academies and similar institutions.

It is no accident that they - not amateurs from their bathrooms, not random YouTubers - are the most dangerous for culture. An amateur is easy to unmask. He lacks craft, knowledge, polish. His lack of authenticity is obvious. A graduate of an academy, on the other hand, has all the appearances: a diploma, a title, years of

study, often connections in the industry. He looks like an artist. He talks like an artist. He behaves like an artist. The only difference is: he has no talent. No originality. Nothing to say.

A degree from a university gives him social permission to pretend. Society is taught to respect diplomas. Someone with a master's degree from a music academy is automatically associated with someone who "knows what they're doing". This gives him a huge advantage over the actual artist, who has no degree but may have talent. The system prefers a person with a degree over a genius without one. Because the degree-holder is easier to control. Because he will not question the canon. Because he will reproduce, not create.

Years spent at an academy are not only time for learning - they are time for training a role. Someone who pretends to be an artist for five years eventually masters that role to perfection. He knows how to speak. How to behave. What words to use. How to create appearances. How to avoid situations where his lack of authenticity might be exposed.

The result is that the market is flooded by academy graduates who have no talent at all, but have an excellent skill for pretending. These are often narcissistic personalities, convinced of their own greatness - because for years they were told they were exceptional. Their self-confidence is inversely proportional to their actual abilities.

A true artist often has no degree. Often did not graduate from an academy. Often does not fit the canon. Often is modest and unsure of his worth. In a system that rewards appearances, he has no chance. A person with a master's degree - who has perfectly mastered the role of an artist - takes his place. He produces noise. Takes up space. Takes grants, scholarships, positions, contracts.

The academic system does not produce artists. It produces pretenders. And every new graduating class of masters is proof of that.

A master's degree is most often obtained to gain an advantage in the job market - such a person is a mere puppet performing for money. This means the system can easily buy him, especially since he invested in schooling and has an economic deficit. And here the circle closes: geniuses who had no time or inclination for school fraud are excluded, while degree-holders are promoted. Fortunately, this is ineffective, and the system loses here. The last 100 years and the breaking of the school monopoly

prove this, and the Internet must now respect this state of affairs. That is, it promotes degree-holders and lets through non-degree-holders who have talent, as well as those who have none and, like the degree-holders, create noise and a smokescreen for real artists.

Do not let yourself be driven crazy. Ambition understood as a morbid desire for influence - kills. It kills authenticity. It kills peace. It kills health.

Where does the mother fit in here?

A mother who gives up her career to care for her child - has no views. No likes. No subscriptions. Her impact on the world is visible on no counter. Yet: the quality of her care, her patience, her wisdom, her presence - determine whether her child grows up to be a good, empathetic person capable of cooperation or a psychopath. Her influence is enormous. Perhaps greater than that of a celebrity with millions of followers who delivers fleeting entertainment of dubious value. The system does not see valuable individuals. The system does not reward them. The system does not appreciate them.

Why does the system reward psychopaths?

In a system built on clickability, controversy, and emotions - people devoid of empathy, conscience, and inhibitions have an advantage. Lying is a tool for them, not a problem. Hate - a strategy, not an obstacle. Covert advertising - a way to make money, not fraud. They can say anything to attract attention. They do not care if they hurt someone. They do not care if they spread disinformation. Only the number matters - views, subscriptions, ad revenue, sales income.

The social system [laws, regulations, norms] is unprepared for this. For years it was assumed that people are basically honest, and lying and fraud are exceptions. Social media has reversed this proportion. Today, honesty is often the exception, and pathology the norm. And until the system changes its evaluation criteria [stops rewarding clickability and starts valuing social usefulness], authentic people will be marginalized and psychopaths will be rewarded.

Value is not "being visible". Value is doing good - regardless of whether you do it in front of a camera for millions or in the silence of your home, having an impact on one

person. Like a mother diligently caring for her child, a young girl feeding deer in winter, or a local activist helping an elderly woman with her shopping.

A small, good influence is better than a large, bad one. A small stream can become the Nile - if its water is clean. A great river that is poisoned fertilizes only a desert. You do not need 300,000 views for your life to have meaning. It is enough that you have an impact on your community [local, virtual, family]. A bee pollinating a few flowers does not need to pollinate an entire orchard for its existence to be valuable.

How to recognize that the reach system is pathological?

The first signal is that people who have a real, positive impact on reality [single mothers, volunteers, local activists, archivists, ethical investigative journalists, authors of niche profiles] are invisible to this system. They generate no clicks. No sensation. No scandal. No lies. Their work is quiet and meticulous. The system pretends they do not exist. Yet they achieve genuine successes - influencing individuals, driving political change, shaping opinions that affect journalism and the arts, transforming their communities, and finding inner fulfillment - none of which are measured by virtual counters.

The second signal is that people who spread disinformation, hate, and pathology are promoted by the system [high reach, monetization, sponsorship, selling courses and e-books]. In reality, the system uses them. They earn, but pay for it with mental health, loss of privacy, constant pressure, hate which they themselves provoke, and inevitable falling out of the "bubble of popularity". Their "success" is short-lived. Usually after a few years - they drop out. They are forgotten. Some end up in depression, bankruptcy, premature death. The system has no mercy for them. When they stop generating clicks, the interest of platforms, viewers, and sponsors also disappears. They are like 'kings', but with a crown made of plastic and instead of a scepter they have a stick, and their kingdom is a paper dummy.

The third signal is that the number of views [so-called "reach"] has become the main [and often only] criterion for evaluating a person's worth in the public sphere.

Where did this criterion come from?

From the logic of advertising. An advertiser pays to reach as many customers as possible. The more views, the more potential customers. This makes sense in the world of commerce. The problem is that this same logic began to be applied to all

content - including that which is not advertising, not a product, not intended for sale. Educational, artistic, social material - began to be evaluated the same as an advertising campaign for toothpaste. This is absurd.

From cognitive laziness. It is easier to judge something by a single number than to delve into the content. It is easier to say "it has many views, it must be valuable" than to spend an hour reading, watching, analyzing. The system exploits our laziness. It suggests ready-made evaluations. And most people accept them.

From the need for social status. In a world where compromised authorities [the clergy and traditional religions, the state, schooling, conventional medicine] have lost significance, a void has appeared. It has been filled by new authorities: people with the greatest reach. These are often celebrities, influencers, YouTubers, TikTokers. Their "power" does not come from knowledge, wisdom, or ethics. It comes from the number of followers. This is seeming power - but in a world of appearances where only visibility counts, it becomes real power.

The more time users spend on platforms, the more emotionally engaged they are [which often means: the more stressed, outraged, frightened they are], the greater the platforms' profits. The system is designed to be addictive. Companies drive a "dopamine loop", which is similar to gambling. This is not a coincidence. This is a mechanism designed for profit optimization. They know human weaknesses and addictions and weave a 'web' to catch not-very-wise people who cannot dig themselves out of this bondage.

Who benefits?

In the long run - no one.

Economically, the main beneficiaries are large corporations: Meta [Facebook, Instagram], Google [YouTube], and others [Twitter/X]. They are the owners of the platforms. They collect the data. They sell the ads. They set the rules of the game. The companies mostly come from the USA, which is the main beneficiary of this system. Most of them use aggressive tax optimization mechanisms, moving profits to tax havens [Ireland, Luxembourg, the Caribbean]. They do not pay due taxes in the countries where they operate. They use public infrastructure [education, healthcare, courts, police], but do not contribute to its maintenance costs. This is an additional pathology: they profit from addicting people, while the social costs [depression, hate, disinformation, breakdown of relationships] are shifted onto society and the state.

AI applications [chatGPT, Gemini, Claude, Grok, Perplexity] copy the cultural heritage produced over 1000 years in Poland [all available texts in Polish] and, being mostly paid applications, do not pay taxes and simultaneously train citizens to be mental slaves convenient for the US government and corporations.

And in this way, the biggest digital giants profit from the 'culture of reach' and suck out most of society's wealth for a handful of owners.

The consequences of being a scoundrel, i.e., the owner of such a crime, are macabre mystically and psychologically. They have to live with the fact that billions of people suffer because of them. That is too heavy a burden to be dismissed by fraud.

The "stars" themselves [those at the top] also profit financially - but only seemingly and briefly. They achieve high reach, money, status. After a few years, however, they drop out of the game. They become an "old star", replaced by a new, younger, more ruthless one. During their 'success', their inner world undergoes a transformation into a labyrinth of painful thoughts and depressive feelings from which there is no escape. Psychological tensions become a lifelong element of their lives. Alcohol and drugs are illusory help and resemble a dam that holds back water until it bursts.

The rest - lose. They lose because they spend hours in front of screens. They lose because they compare themselves to artificial, retouched, directed images. They lose because they believe that what has no views is worthless. They lose because they do not see real heroes: a single mother, a nurse, an archivist, a volunteer. They lose because the system has convinced them that only visibility matters.

How to get out of this?

First of all: turn off and permanently limit the Internet and smartphone. Go for a walk in the forest. Start recreational sports. Find alternative ways to spend free time. Listen to non-commercial music, especially older music from before the social media era. Be alone with yourself and start thinking independently [meditation helps].

One must stop believing that views are a measure of value. It is just a counter - and often a false one, because platforms inflate results and some views come from bots. It shows neither the quality of the content nor its real impact on people. It only shows the scale of visibility in a system that rewards pathology.

Next: change the evaluation criteria. Instead of "how many views does it have?" ask "what good does it do?". Instead of "what reach does it have?" ask "what impact does it have on its community?". Instead of "how many subscribers does it have?" ask "does its action help me and others?".

Appreciate the quiet heroes.

Finally: act in a niche. You do not need to be a frontman with millions of views. Just do your thing - for yourself, for your small community, for your loved ones. Every positive act, even the smallest, has value.

Why is the system so hard to change?

Because it is profitable for those who created it. Technology corporations [Meta, Google] spend billions of dollars on lobbying in Washington, Brussels, and other capitals. They pay experts to write favorable legislation. They finance election campaigns for politicians who then do not want to regulate them. They create the appearance of self-regulation that never works. This is the mechanism: we pretend to solve the problem, but in reality we only deepen it.

Are there alternatives?

Yes, but they are niche and little known. The Archive.org portal is an example of a platform that is not based on views, likes, and algorithms that promote pathology. You can create and share content there for free, without pressure to be popular. There are others: services with free netlabels [Ektoplazm, Enough Records, Mahorka], discussion forums without point systems. These are enclaves. They have no influence from large corporations. They generate no huge profits. But they work. And they are proof that another system is possible.

What can an individual do?

First: stop feeding the system with your own attention. Uninstall apps. Turn off notifications. Limit time spent on platforms.

Second: support alternatives. Create your own content outside the system [your own websites, blogs, forums]. Share knowledge for free. Appreciate small communities where the quality of relationships is more important than the number of views.

Third: change the evaluation criteria in your own environment. Do not ask "how many", only "how". This is a long-term process, but possible. Change begins with the individual, not the corporation.

Will the system not collapse on its own?

Sooner or later - yes. Every system based on addiction and pathology has an expiry date. Depression, anxiety, suicide, family breakdown, disinformation, hate - these are social costs that will eventually become unbearable. Already, governments of some countries [France, the Netherlands, China] are introducing restrictions on social media. That is the beginning. The question is whether the changes will come quickly enough to stop the destruction.

The Role of the Back Office - why the frontman is only the tip of the iceberg

A person who is publicly visible, with a large reach and influence on audiences, does not operate in a vacuum. He is like a conferencier - he speaks a text that is often not his own. He presents arguments he did not develop himself. He stands before the camera, but behind him stands a whole team of people: analysts, archivists, copywriters, graphic designers, editors, lawyers, supporters. They supply him with ammunition - ready-made arguments, verified data, effective phrases. He only speaks them.

In football, no knowledgeable person would claim that the match was won by the striker simply because he scored the goal. It is widely understood among those who know the game that the goal would not have been possible without a well-placed pass from a teammate and the pass would not have happened without the preceding action, without receiving the ball, without a defense that kept a clean sheet, without the tactics set by the coach. Success is a team effort. The frontman [striker] is only the most visible. But without the rest of the team, he is nothing.

The same is true on social media. A loud channel with a large reach is often the result of the work of a dozen people, of whom only one shows their face. The rest are invisible. Yet the system only sees the frontman - his face, his name, his views. The back office remains in the shadows. And that is part of the pathology: the system does not teach that true success is collective.

Most people can support frontmen - provided that their actions serve good, not pathology.

Where to find such a frontman? Not by the number of views. By content: whether he speaks truth, whether he helps others, whether he does not lie, whether he does not incite, whether he does not promote covert advertising. Such frontmen exist.

The frontman does not have time for tedious analysis, reviewing research, tracking opponents' actions, exposing lies. He has time for recording, editing, interacting with viewers, managing the channel. You - as a supporter - can provide him with ready-made materials: studies, summaries, analyses, counterarguments.

How to do it? Write a specific text, send it by email, share it in the cloud.

The frontman often does not have time to read and moderate all the comments under his videos. He needs support: someone to answer questions, to enlighten the skeptics, to expose the haters, to thank for substantive feedback. This is a role that anyone can perform - without needing their own channel, without showing their face, without gaining reach.

A comment is a form of help. It does not need to be long. It does not need to be elaborate. It should be factual, substantive, calm.

The frontman may need help with editing, audio processing, creating graphics, managing social media, accounting, legal issues.

The frontman needs not only viewers, but also a loyal, active community. The community creates the atmosphere, defends against hate, helps new viewers find their way. Belonging to such a community is also a form of support.

Supporting a valuable frontman is one of the most effective ways to act in a system built on pathology. It will not change the system overnight, but it will help those who are worth supporting to survive. And in the longer term - it may be the beginning of change. Being in such a team is doing work just as valuable as that of the frontman.

Scandinavia and the absence of grades

In Scandinavian countries [Finland, Norway, Denmark, Sweden], primary and secondary schools do not use numerical grades for the first few years of education. The student does not receive marks. There is no ranking. No competition over who has the better average. Instead, they learn cooperation. Students work together,

help each other, solve problems in groups. The teacher is not an executioner who issues numbers. He is a guide who supports development.

Effects? Less stress. Less fear of comparison. More joy in learning. More creativity. Less depression and burnout among youth. And results in international tests [PISA] - are no worse than in countries with grading systems. Often they are better.

Scandinavians discovered something that technology corporations do not want us to understand: the absence of a counter does not destroy motivation. On the contrary - it frees it from pathological pressure. The student learns because he has a thirst for information. Not to get an A. Not to be better than his classmate. For the sake of knowledge itself. For development. For satisfaction.

Social media works on the opposite principle. The system is designed to make you compare yourself to others. Views, likes, subscriptions - these are public counters. Everyone sees who has more. Everyone sees who has fewer. The system arouses envy, frustration, feelings of inferiority. This generates clicks - and profits.

Now imagine the Internet without counters. Without views. Without likes. Without subscriptions. Without information about who is "popular" and who is not. The platform works, but it shows no numbers. You do not know how many people watched a given video. You do not know how many likes it got. You do not know how many subscribers it has. You only see the content. You judge it - but you have no ready-made hint of what is "valuable" according to the crowd. You have to decide for yourself.

Does that make sense? Of course - because that is how television and radio worked for decades, and it was better than it is now with the counter.

The European Union can introduce regulations. It can force platforms to hide counters. It can do so under social pressure. If enough people talk, write, and demand change - politicians will start to react.

What would be the effects of hiding counters?

First: the cult of popularity would disappear. You would not know who is "top" and who is "flop". You could not judge a video's value by its view count. You would have to watch it - and form your own opinion.

Second: the advantage of pathological creatures would diminish. Liars, haters, covert advertisers - lose when they cannot boast high numbers. Their power was largely apparent. When you cannot see how many follow them, their influence decreases.

Third: the role of content, rather than packaging, would increase. Counters are a form of packaging: "this video is popular, so it must be good". Without this packaging, only the content remains. And whether it is valuable, you judge after watching it, not by the number underneath.

Fourth: stress and depression among users would decrease. You would not compare yourself to others - because you would have no data for comparison. You would not be frustrated that someone has more likes. You would not feel inferior because your post has fewer views.

What can you do right now?

Turn off notifications and the counter if possible. Limit time spent on platforms. Use alternatives. Support valuable creators, regardless of their popularity. Talk about the problem. Write. Discuss. Demand change. The more people are aware of the pathology of counters, the greater the pressure on platforms and politicians.

Is a world without counters possible?

Yes. But it will not come by itself. We must create it. Starting with ourselves - and with our own community.

Three types of artists - each has their own value

There have always been three paths that art follows. Not better or worse. Simply different. Each makes sense. Each is needed.

Type one - creator for themselves and a small circle

This is an artist who creates because they must. They expect no audience. Expect no recognition. Expect no prizes. Often they do not even share their works. Their art is intimate, personal, needs no witnesses. Such creators are often discovered after death - or not at all. Examples are van Gogh or the cave art of the Chauvet cave, which lay underground for over 30,000 years before it was discovered. Today it is priceless.

Type two - creator in a niche community

This is an artist who creates for a specific group of recipients. Small, but engaged. They do not chase millions. They do not need stadiums. Their audience is a few hundred, maybe a few thousand people - but they are people who truly understand what they do. They share their passion, their language, their sensitivity.

Today, such creators operate on niche platforms: Archive.org, netlabels, private forums, small YouTube channels. They do not have great reach, but they have real influence. They are often the ones who inspire the more famous - providing them with arguments, ideas, new sounds. They are like a mountain stream - small at first, invisible. But from it comes the river that later fertilizes the valleys.

Type three - creator with a mass audience

This is an artist who is lucky - or unlucky, depending on perspective - that their work reaches millions. Circumstances align. Fashion favors. Technology allows. The system promotes. And suddenly the artist becomes a star. Michael Jackson, Mariah Carey, Aaliyah, Lisa Gerrard, Sylver, The Prodigy, Bob Marley, Wynton Marsalis, John Coltrane, Miles Davis, Tomasz Stańko, Sa Chen, Zbigniew Preisner, Justyna Steczkowska, Antonina Krzysztoń - these are examples. Their music is known in different parts of the world. Their audience is millions, sometimes billions.

Some mass creators have real talent. Others are just products of the system, copies, epigones. But the fact that someone is famous does not automatically make them worse or better. The value of their art does not depend on the number of listeners. It depends on whether they have something to say - and whether they do it authentically.

No type is worse or better because of the view counter, although statistically the less famous are much better than over-hyped celebrities [Whitney Houston, Bob Dylan, Elvis Presley, Frank Sinatra, Paul McCartney, Louis Armstrong, James Brown, Rod Stewart, Mick Jagger, Elton John, Leonard Cohen, Bono, Barbra Streisand, Iggy Pop, Alicia Keys... Seweryn Krajewski, Grzegorz Ciechowski, Andrzej Zaucha, Artur Rojek, Andrzej Piaseczny, Stanisław Sojka, Mieczysław Ścieśniak... I do not list 'stars' from TikTok and YouTube because they are one-season anonyms, counted in thousands per month].

The social media system has convinced us that only type three counts. Only those with millions of followers. Only those who are visible. That is a lie.

Van Gogh was type one. He did not live to see recognition. Today his paintings hang in the best museums in the world. The cave art of Chauvet is type one - no one knows who made it, no one knows for whom it was intended. It is 30,000 years old. It is priceless. Mariah Carey was type three. She had a mass audience. Her music is known worldwide. Which of them has greater value? That question makes no sense. Each is valuable in their own way. Each contributed something to culture.

Type two - niche creators - often inspire type three. They experiment with new sounds, new forms, new techniques. When something works, it gets picked up by the mainstream. The mountain stream feeds the river. The river feeds plants, animals, people. Without the stream, the river would dry up. Without niche creators, the mainstream would become shallow, repetitive, dead.

Every type is needed

A system that promotes only type three is sick. It kills diversity. Kills experimentation. Kills courage. It creates the illusion that only a mass audience gives value. That is a lie. The true value of art does not depend on how many people see it. It depends on whether it contains truth. And truth can just as well be hidden in a cave for 30,000 years, locked in van Gogh's drawer, or sung in a stadium before hundreds of thousands of people.

Create for yourself. Create for the few. Create for millions. It does not matter. Only one thing matters: whether your creation is authentic. Whether you have something to say. Whether you do it well. The rest - number of recipients, reach, likes - is secondary. Do not let yourself be driven crazy. Do not let the system convince you that only visibility matters. Art is beyond that.

Michael Jackson

Michael Jackson was a talented artist. He had an extraordinary voice, a sense of rhythm, and good studio work. But his talent - like any talent - did not arise from a vacuum. He was a skillful compilation of things others had done before him and during his lifetime [those from type two - less known and often better]. What Jackson did was often a copy: he drew from earlier black performers, and from genres such as funk, soul, rock, R&B, blues, reggae, hip hop, jazz, classical, and ethnic music. He

processed, combined, smoothed. And sold as something new. Jackson surrounded himself with people who supplied him with raw material. Producers, composers, arrangers, sound engineers - they often created the foundation. Jackson added his voice and his personality. And that was his strength.

The price of fame, however, was high. The money he earned did not go into development - it went into egocentric whims. Neverland, plastic surgery, buying human skeletons, debts, lawsuits. This is not an "artist's eccentricity". It is a symptom of illness. The system that produces stars does not produce mentally healthy people. It produces narcissists, often psychopaths, who lose themselves in their own success.

Jackson also had addictions. Pharmaceuticals, painkillers, drugs. This is not a "battle with pain". It is an escape. Escape from pressure, from being constantly on stage, from being a product. The system demanded that he be a star 24 hours a day, 7 days a week. It is impossible to endure. So he escaped into substances. The addictions destroyed his talent - and ultimately his life.

Jackson as a child was a product of the record industry. The Jackson 5 was a carefully directed show. Songs were written by professional songwriters, arranged by producers, promoted by capital. Jackson had no influence on what he did. He was a tool. And his early work - although commercially successful - was hackwork. It repeated schemes. Brought nothing new. Was correct, safe, sellable. The child Jackson was not an artist. He was a product. And the system shaped him that way. He himself could not free himself from this for years.

When he became more independent, when he had the money and power to decide for himself - he showed what he could really do. The albums "HIStory" and "Invincible" are proof. There are songs there where Jackson stops being a product and becomes an author. Less commercial, more personal. Less smooth, more raw. Less for the masses, more for himself. Yet this is little. Given the opportunities he had - money, access to the best producers, studios, instruments - his independent work is surprisingly meager. He did not use his potential. He did not develop as he could have. Instead of going deep, he went wide - into scandals, extravagance, escape from himself.

Jackson is an example of how the system produces stars and later destroys them. It starts with a child product. Turns him into a money-making machine. Gives him fame, money, power. Does not give him the tools to cope with his own psyche. Effect?

Egocentrism, addictions, paranoia, premature death at 51. Not as an artist - as a victim of his own success.

Percentage analysis - why niche artists often create longer and more consistently

These are estimated data. It is difficult to accurately describe less known musicians because they are not as well documented as mass stars. There are no hundreds of biographies, interviews, analyses about them. Their work often gets lost in the noise. But even on the basis of available information, a certain pattern can be seen.

Prince Far I [lived 39 years - was killed]. Began his career around 1970. Period of valuable, consistent work: 1976-1983. That is about 7-8 years of uninterrupted work, without breakdowns, without scandals, without gaps - until his death. His authenticity was not bought. His talent did not require an army of producers. If not for his death, he would have continued to develop.

Michael Prophet [lived 60 years]. Began his career 1977. Period of valuable work: 1977-2009. Over 30 years of consistent work. Gradual decline, but without a sudden collapse. He created mostly independently, not as a product of a record label.

Joe Henderson [lived 64 years]. Held form all his life. His peak period was 1991-1994, but he recorded valuable material from the 1960s until the end of his life - over 40 years. Slightly worse at the very end, but that was old age. His craft, knowledge, authenticity were his own, not bought.

Mass stars often have a shorter period of authentic, valuable work. Michael Jackson had perhaps 6-7 years of peak form [and even that cannot compare to the quality given by Joe Henderson, Michael Prophet, or Prince Far I]. The rest is gaps, scandals, addictions, producing for the market. His talent was largely a skillful compilation of the work of others - producers, composers, arrangers, session musicians. Without them, he would have been nothing. He had voice and charisma, but not compositional craft, not arranging skill, not production ability.

Niche artists - Prince Far I, Michael Prophet, Joe Henderson, and many others - created mostly by themselves. Their authenticity did not require an army of producers. Their work is their own. And that is why their period of valuable work is often longer and more consistent.

Less pressure from the system, less burden of bad deeds and destructive consequences, fewer scandals and addictions - translate into longer and more stable creativity. Those on the second front do not need to prove they are still "on top". They do not need to release an album every year. They do not need to be on magazine covers. They have peace. They have time. They have space. And this can be seen in the numbers and in my own personal experience - that of a person who has been in form for over 30 years, and whose peak is 2026, even though I am 51 years old.